

新华社电 教化妆、代体验、防踩坑,一些靠谱的美妆博主是不少爱美人士的心头好,也受到诸多美妆品牌的青睐。然而,这股美妆风过早地刮向了孩子。社交媒体平台上出现了一批打着“全网最小美妆博主”“跟着萌娃学化妆”等噱头的少儿“网红”。

值得注意的是,背后的成年人赚得盆满钵满,表演和观看的未成年人却可能因过早接触物欲世界而三观迷失。此外,专家指出,引导少儿进行美妆产品代言,并拍摄上传视频涉嫌违法。



新华社发

## 跟5岁女娃学化“纯欲蜜桃妆” 儿童美妆博主背后的推手到底是谁?

### 稚嫩的脸庞,成人的模样

爱美之心,人皆有之,但当6岁的女儿提出“想要美妆套装,化优雅淑女妆”时,山西太原市居民秦女士十分意外。一番询问过后,秦女士发现,在幼儿园中,少儿美妆博主颇受欢迎。小朋友争相购买少儿“网红”推荐的美妆产品,带着口红、眼影等一起玩耍,还有的热衷模仿,拍摄“美美的”美妆视频。

记者搜索发现,在小红书、B站、好看视频、快手等社交媒体平台上,少儿化妆的图文视频不在少数,有的发布在少儿美妆博主的主页上,还有的在成人博主的主页中穿插发布。

“刚过完5岁生日,化个纯欲蜜桃妆”“精致女孩都应该用,我都用了8瓶了”……短视频中,香甜音乐背景下,身穿露肩装的少儿“网红”卷出成熟的发型,娴熟地化上一层层粉底和眼影,对着镜头嘟嘴眨眼,用清脆的娃娃音熟练介绍化妆品,引导网友购买,俨然一副出入社交场合的大人模样。

“商家和平台为了经济利益忽视价值取向。”在山西省运城市当幼师的刘婷说,想变美、想被很多人喜欢是小朋友的共性,商家和平台利用了这一点,助推美妆穿搭风潮在儿童中流行起来。

“少儿美妆博主受捧的背后是近年来快速发展的儿童美妆产业。”广东省化妆品学会常务副秘书长、暨南大学生命科学技术学院教授刘忠说。有电商平台发布数据显示,2020年国内儿童彩妆销售额同比增长了300%。“85后”妈妈成为主动给孩子购买化妆品的主力军。

记者在电商平台搜索“儿童化妆品”发现,产品种类繁多,口红、腮红、眼影等一应俱全,店铺十分活跃。直播电商从业者黄小树(化名)指出,快速发展的儿童美妆企业有旺盛的广告需求,一个在小红书上拥有10万粉丝的博主,每接一单广告就能获得数千元收益,可谓获利可观。

### 看似锻炼孩子,实在“坑”娃

对一些家长而言,为孩子拍摄短视频,小范围上传发布,可以记录生活、锻炼孩子的口语表达。但多位业内人士表示,多数少儿美妆博主实际上是由成年人策划制作内容交由少儿“网红”进行表演,以“吸睛”为目的,获取流量为商家做广告,进而赚取利益,纯粹记录生活的博主少之又少。

营造人设,打造少儿美妆博主,不仅“坑”了自家娃,也“坑”了别家娃。

儿童易沉迷其中,滋生攀比心理。有家长观察到,为了推销产品,少儿美妆博主常说“幼儿园小朋友都在用”“快让妈妈给你购买吧”,对儿童激励作用明显,“一旦听到,转脸就让我购买产品”,或者跟同学比着买。

化妆、拍视频的动作会在儿童心中留下痕迹。一位网友留言道:“太爱模仿了,时常看到闺女对着手机偷偷化妆,嘴里说着美妆博主常说的。”

北京志霖律师事务所副主任赵占领认为,美妆产业细分领域众多,若将注意力投入其中,

会耗费大量精力,侵占儿童的学习、户外活动等时间。且社交媒体具有一定的成瘾性设计,儿童过早接触美妆、“网红”等,容易沉迷其中,还会引起同伴间的效仿,引发攀比。

化妆品使用低龄化、泛化倾向明显,不合格儿童彩妆产品盛行。多位受访专家指出,目前儿童彩妆的使用存在泛化倾向。广州中医药大学第一附属医院皮肤美容科主任医师丁慧说,儿童彩妆产品并不是大众类产品,它是为艺术类、演员模特等方向的孩子设计的,供他们在特殊场合短暂使用,但目前少儿美妆博主等的宣传并没有交代这一点,只是一味推荐购买。

此外,儿童化妆品市场存在诸多乱象,家长若无甄别能力,很容易买到不合格产品。彩妆研发师、美妆博主王芳观察到,市面上很多所谓的儿童彩妆声称专为儿童开发设计、无毒无害,实际上把产品包装成儿童玩具进行销售;还有的厂家在送检、备案时只显示“化妆品”,删

去“儿童”等字眼,规避有关部门对化妆品的严格检查。

“彩妆含有大量人工合成的色素和粉剂类成分,而且油彩的防腐成分很多,合格的儿童彩妆产品都会对儿童皮肤造成负担,不合格的彩妆产品可能还会给儿童的呼吸系统等造成损伤。”丁慧说。

部分视频内容传递软色情信息和容貌焦虑。记者观察到,一些少儿美妆博主所说所写的“心机”“绿茶”等内容呈现成人化趋势,甚至包含“纯欲”“斩男”等软色情词汇。“这些内容被小孩子说出来,又被小孩子看到,影响太恶劣了。”秦女士说。

“过早地让孩子接触化妆,不会让孩子建立对‘美’的正确认识,一些孩子的审美观会变得非常单一,还会使其忽视对心灵、智慧上,以及自然美和多元美的追求。”中国政法大学传播法研究中心副主任、中消协专家委员会专家朱巍认为,美妆风潮低龄化也意味着物化女性、容貌焦虑等倾向过早地传递到儿童身上。

### 儿童代言美妆产品涉嫌违法

受访专家和业内人士认为,儿童代言美妆产品行为涉嫌违法,应整改下架违法内容,加强平台监管。朱巍指出,广告法明确规定,不得利用不满10周岁的未成年人作为广告代言人。在针对未成年人的大众传播媒体上,不得发布医疗、药品、化妆品、美容广告以及不利于未成年人身心健康的网络游戏广告等。有关平台应尽快下架违法

视频,整改相关板块,对存在违法行为的家长、审查不严的平台依法追责和教育。

专家建议加强对监护人的宣传教育,改进学校美育工作。北京师范大学法学院教授刘德良说,监护人应该更加慎重,不可为短期利益让儿童过早接触成人世界。幼儿园和学校也应重视美育,培养青少年鉴赏美创造美的能力。

此外,还应规范儿童彩妆市场发展。2021年6月18日,国家药品监督管理局就《儿童化妆品监督管理规定(征求意见稿)》公开征求意见。刘忠表示,征求意见稿对儿童化妆品的安全性评价进行了严格要求,但惩处力度还稍显不足,监管措施仍需进一步加强,同时规范儿童彩妆广告用语,让确有需要的儿童用上无毒无害的美妆产品。